

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan dan persepsi kemanfaatan terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Grab-Car* di Surabaya.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di kota Surabaya yang pernah menggunakan transportasi *Grab-Car*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penentuan sampling dilakukan secara *non probability* sampling. Teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji F menunjukkan hasil yang signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa model yang diajukan dapat dikatakan layak. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel harga, promosi, kualitas pelayanan dan persepsi kemanfaatan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji koefisien determinasi parsial diketahui bahwa harga mempunyai kontribusi paling tinggi, sehingga harga merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih *Grab-Car* di Surabaya.

Kata kunci : harga, promosi, kualitas pelayanan, persepsi kemanfaatan, keputusan pembelian



ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and to find out the influence of price, promotion, service quality and perception of expediency to the customer decision in selecting Grab-Car in Surabaya.

The population is all customers in Surabaya who have ever used the Grab-Car transportation and the numbers of samples are 100 respondents. The selection of samples has been done by using non-probability sampling. The analysis technique has been done by using multiple linear regression analysis technique.

The result of the research shows that the F test indicates significant result so it can be stated that the proposed models are feasible. Based on the result of the test, it has been found that partially price, promotion, service quality and perception of benefits give significant influence to the purchasing decisions. It has been found from the result of partial determination coefficient test that price is the variable which has the highest contribution, so price is the variable which gives dominant influence to the purchasing decision of the customer in selecting Grab-Car in Surabaya.

Keywords: price, promotion, service quality, perception of expediency and purchasing decision

